

Kód předmětu	PSY704
Název týmu	MaJaSaMaJa
Členové týmu	Marie Vašíčková 173692 Jan Novák 219100 Šárka Kyksová 180174 Marta Fojtíková 181776 Jakub Kovář 273779
Kontaktní mail	<a href="mailto:181776@mail.muni.cz">181776@mail.muni.cz</a>

## Obsah

1	Název projektu.....	2
2	Výzkumná otázka .....	2
2.1	Formulace výzkumné otázky .....	2
2.2	Zdůvodnění výzkumné otázky .....	2
3	Hypotézy.....	3
3.1	Definice klíčových pojmů .....	3
4	Metoda výběru vzorku a výzkumný soubor .....	4
4.1	Výzkumný soubor .....	4
4.2	Metoda výběru vzorku.....	4
5	Metody sběru dat.....	4
5.1	Operacionalizace proměnných.....	4
5.2	Zvolená metoda sběru dat.....	5
6	Výzkumný design.....	5
6.1	Klasifikace proměnných .....	5
6.2	Intervenující proměnné .....	5
6.3	Detailní průběh testování.....	7
7	Výsledky a diskuse.....	8
7.1	Otázka návratnosti dotazníků.....	8
7.2	Výsledky výzkumu.....	8
7.2.1	Charakteristiky výzkumného souboru.....	8
7.2.2	Výsledky předvýzkumu a dotazníků .....	9
7.2.3	Testování hypotéz .....	11
7.3	Diskuse.....	14
8	Validita výsledků realizovaného projektu.....	15
9	Literatura.....	16
	Příloha A - Průvodní dopis a dotazníky předkládané respondentkám.....	17

# 1 Název projektu

Wedding Ring Effect u nezadaných žen v ranné dospělosti.

## 2 Výzkumná otázka

### 2.1 Formulace výzkumné otázky

Jsou muži se snubním prstenem pro nezadané ženy více atraktivní než muži bez snubního prstene?

### 2.2 Zdůvodnění výzkumné otázky

Jaké jsou preference při výběru partnera a podle čeho se řídíme? Na tuto otázku se snaží odpovědět mnozí.

Jessica Parker a Melissa Burkley (2009) zkoumaly, zda se ženy více zajímají o zadané muže nebo naopak. Zároveň zjišťovaly, zda existuje rozdíl v těchto preferencích mezi zadanými a nezadanými muži a ženami. Oproti zdánlivě subjektivnímu očekávání mnohých zjistily, že nezadané ženy mnohem častěji preferují zadané muže. U mužů a zadaných žen nebyl v tomto výzkumu sledován žádný významný rozdíl. Tato zjištění jsou plně v souladu s výzkumy provedenými na zvířatech, kde i samičky častěji volí samce, kteří již byli dříve ověřeni (Dugatkin, 1992; Galeg a White, 1998).

Ženy mohou usoudit, že ženatý muž již musel ženě dokázat prostřednictvím jakýchsi námluv, že je schopen zabezpečit ženu a děti a že je tedy schopnější než muž, který ženatý není. Studie P. Bressan a D. Stranieri (2008) „*The Best Men Are (Not Always) Already Taken*“ se zabývá hledáním proměnných, které ovlivňují to, kdy zadané ženy preferují zadané muže a kdy svobodné muže. Výsledky studie prokázaly, že ženy s partnerem mimo své plodné dny jsou přitahovány více ke svobodným mužům, a naopak, ve své plodné dny jsou více přitahovány k zadaným mužům. Důvodem pro toto zjištění může být fakt, že ženy jsou obezřetné při stýkání s muži, kteří by se nemohli ekonomicky postarat o jejich dítě, protože jsou již vázáni v exkluzivním vztahu s jinou ženou.

Výběr partnera u žen je ovlivněn také jejich očekáváním od vztahu. Ta se v průběhu života mění. Předpokládáme, že pro ženy, které očekávají od budoucího vztahu také založení rodiny, budou ženatí muži přitažlivější, než muži, které zatím založení rodiny neplánují.

Studie věnující se „wedding ring effectu“ (WRE) jsou v mnohých studiích úzce spojovány s fenoménem "mate poach" (Schmitt a Buss, 2001). Tento termín se vztahuje ke skutečnosti, kdy muž/žena jsou „romanticky přitahováni k někomu, kdo již v některém vztahu je“ (Schmitt a Buss, 2001: 560). Tato definice se však ukázala v pozdějších výzkumech (Davies, Shackelford a Hass, 2007) poněkud vágní a proto se postupně začalo rozlišovat mezi několika variacemi daného fenoménu a stanovily se dva elementární definiční znaky:

- Ten kdo „nahání“ si musí být vědom toho, že objekt jeho atrakce je již v jednom vztahu zavázán.
- Tento vztah musí být všemi stranami („naháněčem“, „naháněným“ i jeho partnerem/partnerkou) považován za výhradně monogamní.

Samotný poaching poté může nabývat tří různých podob:

- Krátkodobý – běžně označován jako flirt, známost na jednu noc, často pouze sexuální kontext.
- Dlouhodobý – snahou „naháněče“ je získat partnera/partnerku k dlouhodobému (vážnému) vztahu.
- Dlouhodobý sexuální – nejedná se o vážný vztah.

Snubní prsten může být samozřejmě vnímán jako jeden z mála viditelných symbolů značících prostý fakt – objekt atrakce je vázán v jiném vztahu.

Uller a Johansson (2002), kteří se zabývali WRE, při svých pokusech nezjistili žádný významný rozdíl v preferencích žen, které tak neupřednostňovaly muže s prstenem, respektive zadané muže. Náš tým by v souvislosti s tímto rád více prozkoumal tento jev jako takový a v pokusu ponechal sdělení informace o mužově stavu pouze v přítomnosti, resp. nepřítomnosti snubního prstenu. Ačkoliv podobný výzkum již proběhl (Uller a Johansson, 2002), domníváme se, že jeho design nebyl pro tento výzkum ideální, a že tak do jeho výsledku zasáhlo příliš mnoho intervenujících proměnných.

Výzkum se tedy bude soustředit v první řadě na otázku, zda je možné považovat snubní prsten za spolehlivý prostředek, symbol vyjádření partnerského stavu vůbec, a zda je tedy možné očekávat, že ženy budou preferovat muže se snubním prstenem, a následně se zaměří na hledání souvislostí mezi WRE a atraktivitou mužů.

### 3 Hypotézy

H1: Muži se snubním prstenem jsou pro nezadané ženy atraktivnější než ti, kteří bez snubního prstenu.

H2: Efekt snubního prstenu bude větší u mužů obecně méně atraktivních než u mužů obecně atraktivnějších.

#### 3.1 Definice klíčových pojmů

##### Atraktivita

Fenomén atraktivity poměrně zásadním způsobem ovlivňuje to, jak přistupujeme k druhým lidem, jak je na první pohled hodnotíme a jak s nimi pak jednáme. Z evolučního hlediska jsou za atraktivní považované takové znaky, které vábí jedince opačného pohlaví a mohou tak svým nositelům zvyšovat možnosti reprodukčního úspěchu (Atkinson, 2003: 629).

Mnohé výzkumy (např. Irons, 1983 nebo Alfonzo, 2008) potvrzují, že atraktivita mužů a atraktivita žen se řídí jinými pravidly. Ženy a muži se liší hlavně v tom, jaký význam přikládají faktoru věku. Zatímco pro muže je při výběru partnerky věk ženy nejdůležitější charakteristikou, u žen nehraje věk potenciálního partnera takovou zásadní roli. Ženy přikládají daleko větší důležitost aktuálnímu finančnímu zajištění partnera a jeho společenskému postavení. I když vyššího postavení či majetku dosahují muži zpravidla až ve vyšším věku, mladí muži mohou taktéž signalizovat svůj tzv. RHP (Resource Holding Potential). Tento potenciál může zahrnovat různé indikátory jako např. rodinné zázemí, vzdělání, profese, inteligence nebo aspirace. Nicméně pokud žena nehledá dlouhodobého partnera, důležitějším faktorem výběru než jeho sociální status, může být jeho fyzický vzhled, přičemž se posuzují hlavně takové vzhledové charakteristiky,

keré souvisí s testosteronovými ukazovateli a s ukazovateli dobrého zdraví (např. tělesná symetrie, muskulatura, poměr pasu a boků, výška postavy, ale i tělesný pach). (Weiss, 2004)

## 4 Metoda výběru vzorku a výzkumný soubor

### 4.1 Výzkumný soubor

Cílová skupina **bude** vybrána tak, aby ženy spadaly do skupiny ranně dospělých. Takto definovanou skupinu použili ve výzkumu i T. Uller a Ch. Johansson (2003). Cílová skupina byla určena z důvodu zaměření výzkumu na časnou dospělost, tedy na dobu, kdy většina žen hledá jak krátkodobý, tak dlouhodobý vztah. Věk je tedy základním kritériem pro výběr ženy do našeho vzorku. Dalším kritériem je pak zadanost, resp. nezadanost ženy. Do našeho souboru budou zařazeny pouze ty ženy, které uvedou jako svůj současný stav nezadaná.

Výzkumný projekt tedy **uskutečníme** na vzorku 50 respondentek ve věku 18-30 let. Tento počet jsme odvodili od počtu zkoumaných osob ve výzkumech Ullera a Johanssona (2003) i Parker a Burkley (2009) - ti do svých výzkumů shodně zařadili 97 respondentek. Na rozdíl od obou výše zmíněných výzkumů do svého výzkumného souboru zahrneme pouze nezadané ženy, čímž se dostaneme na polovinu, tedy k  $N = 50$ .

### 4.2 Metoda výběru vzorku

Výběr osob bude probíhat metodou náhodného výběru. Rozešleme (náhodně vybraným studentkám MU) emaily s průvodním dopisem, fotografiemi a doplňujícím dotazníkem do studijních schránek IS MU. Tento způsob zajistí vzhledem k potřebám našeho výzkumu zcela vyhovující soubor žen. Výhodou je možnost oslovení velkého množství respondentek během krátké doby, nevýhodou je pak nižší návratnost, než by tomu bylo např. v případě osobního dotazování v ulicích.

## 5 Metody sběru dat

### 5.1 Operacionalizace proměnných

V rámci našeho testování a zvolených hypotéz budeme zkoumat a testovat tyto tři proměnné:

#### **Přítomnost/nepřítomnost snubního prstene**

Tato proměnná bude měřena vizuálně tak, zda snubní prsten bude na prezentovaných fotografiích viditelný nebo neviditelný. Sledujeme tak dvě možné hodnoty nezávislé proměnné: přítomnost snubního prstene a nepřítomnost snubního prstene.

#### **Atraktivita mužů**

Tuto proměnnou budeme měřit na základě hodnocení jednotlivých fotografií mužů v rámci předvýzkumu na vzorku žen z příležitostného výběru, jako i respondentkami ve vlastním výzkumu, a to pomocí desetistupňové škály (1 = nelíbí, 10 = líbí), tj. proměnná může nabývat 10 možných hodnot. Jedná se tedy o subjektivní hodnocení respondentek toho kterého muže pomocí 10 stupňové škály.

#### **Efekt snubního prstene**

Tento jev bude měřen jako rozdíl v atraktivitě každého jednotlivého muže s přítomným WR oproti jeho atraktivitě. Budeme zde tedy porovnávat hodnocení z předvýzkumu oproti hodnocení fotografie stejného muže v rámci vlastního výzkumu. Může tedy nabývat deseti hodnot (0 až 9).

Při posuzování tohoto jevu pak budeme porovnávat střední hodnoty hodnocení mužů s WR i mužů bez WR. Porovnáním intervalů spolehlivosti tohoto jevu, pak bude možné stanovit, zda je rozdíl statisticky významný a stanovit i jeho hodnotu, tedy kvantifikovat tento jev. Zároveň bude možné stanovit, kolik procent populace by upřednostnilo muže s WR.

## 5.2 Zvolená metoda sběru dat

Pro sběr dat využijeme metodu dotazníku, který budeme realizovat pomocí emailu náhodně vybraným 300 respondentkám, studentkám MU Brno. Důvodem, proč vybíráme tolik primárních respondentek, je skutečnost, že v naší populaci 18-30 let je nezadaných zhruba 1/3. Proto, abychom získali minimálně 50 relevantních respondentek (tj. věk 18-30 let a nezadaná), a zároveň počítáme s očekávanou návratností minimálně 60%, musíme náš průzkum zaslat 300 studentkám. Dotazník se bude skládat ze dvou částí: v první části bude respondentkám zobrazeno 8 fotografií mužů, přičemž mají za úkol posoudit atraktivitu mužů na fotografiích (předkládané fotografie jsou součástí přílohy A); ve druhé části budou respondentky dotazovány na doplňující otázky týkající se našeho výzkumu (jsou součástí přílohy B). Detailní postup sběru dat je popsán v části 6.3 Detailný průběh testování.

Výhodou této metody je snadná administrace. IS MU bohužel nezajišťuje anonymitu (v systému se dá většinou dohledat i fotografie té které osoby). Vhodnější by bylo využití vnitrosubjektového experimentu, který však není v našich časových ani prostorových možnostech. Tato metoda by však mohla posloužit jako námět pro další výzkum.

## 6 Výzkumný design

### 6.1 Klasifikace proměnných

Náš projekt budeme řešit formou jednoduchého experimentu, přičemž budeme měnit úroveň pouze jedné proměnné. Tento přístup je transparentní, méně náročný na organizaci výzkumného projektu i interpretaci.

Naší nezávislou proměnnou bude snubní prsten. Proměnná může nabývat dvou možných úrovní – přítomnost snubního prstene nebo nepřítomnost snubního prstene.

Závislou proměnnou bude atraktivita, jejíž prostřednictvím budeme měřit efekt snubního prstene.

### 6.2 Intervenující proměnné

a) Intervenující proměnné vyplývající z výběru vzorku:

#### **Přirozený vývoj**

V souvislosti se zjištěním z výzkumu Parkera Burkleyho (2009) musíme brát do úvahy, že starší ženy si vybírají zadané muže více než mladší ženy. Tuto možnou intervenující proměnnou jsme se snažili eliminovat omezením věku na 18-30 let. Tím docílíme stejnorodější skupiny žen, kde věkový rozdíl nebude hrát tak zásadní úlohu, a tím i méně zkreslí sledovaný efekt snubního prstene.

#### **Neekvivalentnost skupin**

Tato intervenující proměnná představuje jednu z nejzásadnějších možných nežádoucích proměnných, jenž by mohly ohrozit interní validitu výzkumného projektu. V souvislosti se

skutečností, že budeme rozesílat 2 různé skupiny fotografií, je nutné určitým způsobem homogenizovat tyto skupiny. Vyřešili jsme to tím, že ze dvou klíčových vlastností vzorku respondentek jsme udělali konstantu, konkrétně z věku a z partnerského statusu.

Věk jsme u respondentek omezili na 18-30 let, přičemž toto věkové rozpětí by námi zvolená cílová skupina (studentky MU Brno) měly z většiny splňovat. Otázka na věk primárně slouží na potvrzení pro zařazení ženy do vzorku. (I když stále pracujeme s intervalem věku, tj. že v našem souboru odpovědí mohou nastat různé odpovědi, nebudeme tenhle faktor zohledňovat při posuzování WRE.)

Druhou vlastností, kterou považujeme za konstantu, je partnerský status ženy. Do našeho vzorku jsme vybrali jenom nezadané ženy, tj. ženy svobodné bez partnera, rozvedené bez partnera nebo vdovy bez partnera. Opět, podobně jako při věku, otázka v dotazníku na partnerský status respondentky slouží na zařazení respondentky do námi definovaného vzorku. Odpověde získané od zadaných žen nám můžou sekundárně posloužit k dalšímu potvrzení nebo vyvrácení WRE.

### **Reaktivita respondentek**

Je možné, že respondentky si všimnou, že na některých fotografiích snubní prsten je a na některých ne. Z toho mohou vyvozovat určité závěry, že to může hrát ve výzkumu určitou roli. Proto jsme tuto možnou intervenující proměnnou vyřešili tak, že jsme jednak zamtlčili celý účel výzkumu (respondentkám bude sdělen pouze fakt, že se jedná o výzkum atraktivity), a jednak jsme v instrukcích k vyplnění dotazníku uvedli, že je třeba nejprve ohodnotit fotografie a vyplnit I. část dotazníku, pak teprve přistoupit k vyplňování II. části - bez toho, aniž by se žena k fotografiím vracela. Technicky jsme nezvládli zajistit, a to z omezených časových možností.

### **Vliv módy a současných trendů při posuzování atraktivity mužů**

Respondentky mohou být ovlivněny i např. stylem mužova oblékání, tedy zda je v souladu se současnými módními trendy nebo ne, a jejich posouzení atraktivity mužů může být tímto zkreslené. Proto jsme se snažili vybrat muže "stylově neutrální", zároveň jsme se však snažili poskytnout respondentkám určitou možnost výběru, určitou variabilitu. Pět mužů má oblečené černé tričko, další dva barevné tričko a jeden muž na fotografiích je v bílé košili. Všichni muži na fotografiích jsou viditelní jenom od pasu nahoru, takže tím odpadá potřeba posuzovat ostatní části oblečení. Co se týče vizáže mužů na fotografiích, snažili jsme se pokrýt všechny aspekty, které by různé ženy mohly pokladat za přitažlivé, tj. v našem výběru jsou muži s krátkými, polodlouhými i dlouhými vlasy, dokonce i jeden muž bez vlasů; dále jsou tu muži s plnovousem, bradkou i hladko oholení, muž s brýlemi, muž s tetováním. Snažili jsme se tak pokrýt celou škálu možných typů vizáže mužů.

b) Intervenující proměnné vyplývající ze strany výzkumníků:

### **Subjektivní posouzení atraktivity mužů členy výzkumného týmu**

Tuto proměnnou jsme eliminovali v předvýzkumu, kde skupině příležitostně vybraných žen, které se samotného výzkumu nezúčastní, budou předloženy vybrané fotografie 8 mužů a jejich úkolem bude ohodnotit atraktivitu každého muže na fotografii pomocí škály od 1 do 10, přičemž 1 = nelíbí, 10 = líbí. Týmto způsobem dostaneme nezávislé posouzení atraktivity mužů, které následně bude sloužit jako základna pro vyhodnocování WRE.

### **Metoda rozesílání dotazníků**

Jsme si vědomi, že metoda rozesílání dotazníků emailem s sebou přináší hlavně riziko nízké návratnosti. Z důvodů zabezpečení co možná nejvyšší response rate jsme se proto zaměřili jenom na studentky MU, kterým bude email zaslán na jejich elektronickou schránku v IS Masarykovy

univerzity. Předpokládá se, že jako aktivní studentky si svoje emaily pravidelně kontrolují, takže je v podstatě zaručeno, že email s prosbou o zúčastnění se našeho výzkumu zaregistrují. Do předmětu zprávy jsme zadali tento text: "*Zúčastněte se výzkumu mužské atraktivity! Který z mužů je nejpřitažlivější?*" Tento titulek by mal přitáhnou dostatečný počet studentek k otevření emailu a k zodpovězení našich otázek. Jednotlivé studentky, kterým zašleme e-mail s dotazníkem, budou vybírány z adresáře Masarykovy univerzity. Tento adresář skýtá velkou výhodu v tom, že rozlišuje studenty od pracovníků MU poznámkou za každým jménem, nicméně nevýhodou je, že studentkami mohou být i ženy starší 30-ti let, tedy ty, na které náš výzkum není zaměřen.

### 6.3 Detailní průběh testování

Samotnému výzkumu bude předcházet předvýzkum, během něhož budeme chtít zjistit, zda jsou jednotliví muži na fotografiích (všichni tentokrát bez přítomnosti nezávisle proměnné, tedy snubního prstene) obecně spíše atraktivní či spíše méně atraktivní. Muži na fotografiích, které jsou základem dotazníku, budou příležitostně vybráni tak, aby byli přibližně stejného věku z horní hranice námi zvoleného věkového intervalu (tj. věk mužů na fotografiích bude 28 - 32 let), čím se snažíme eliminovat vliv věku při preferenci partnerů. Předvýzkum bude probíhat tak, že skupině příležitostně vybraných žen o velikosti 20 respondentek, které se samotného výzkumu nezúčastní, předložíme vybrané fotografie 8 mužů. Jejich úkolem bude ohodnotit atraktivitu každého muže na fotografii pomocí škály od 1 do 10, přičemž 1 = nelíbí, 10 = líbí. Na základě tohoto předvýzkumu vybereme 2 nejméně a 2 nejvíce atraktivní muže. Na základě těchto informací budou vytvořeny 2 podoby dotazníku - v prvním budou mít snubní prsten 2 nejvíce atraktivní muži a v druhém 2 nejméně atraktivní muži. Zbylý obsah dotazníku bude v oboch případech totožný.

Dotazník bude rozeslán 300 respondentkám, přičemž ty budou rozděleny na dvě skupiny po 150. Každé skupině bude odeslán jiný dotazník (budou se lišit v tom, kdo bude mít na sobě prsten, viz výše). V textu průvodního e-mailu bude respondentkám řečeno, že se jedná o výzkum mužské atraktivity. Informace o tom, že nás zajímají souvislosti se snubním prstenem, zamličíme, abychom předešli zkreslení výsledků.

V průběhu výzkumu budou respondentky hodnotit 2 série 8 fotografií mužů - 2 z nich se snubním prstenem na ruce, 6 z nich bez snubního prstenu. Nezávislá proměnná (přítomnost snubního prstene) bude obměňována, tj. jednou bude snubní prsten přítomen u dvou nejméně atraktivních mužů a nepřítomen u ostatních mužů. Podruhé budou fotky upraveny tak, že snubní prsten bude přítomen u dvou nejvíce atraktivních mužů z předvýzkumu a bude nepřítomen u mužů ostatních. Obě skupinám budeme tedy stále ukazovat tytéž fotografie mužů - jedinou změnou bude přítomnost, resp. nepřítomnost nezávisle proměnné. Pořadí fotografií bude stále stejné.

Respondentky budou v dotazníku hodnotit atraktivitu každého muže na fotografii pomocí škály od 1 do 10, přičemž 1 = nelíbí, 10 = líbí. Na rozdíl od výzkumného designu Ullera a Johanssona (2003) se tak pokusíme eliminovat proměnné, které mohou vstupovat do výzkumu při osobní interakci s hodnocenými muži. Při prezentaci fotografií nebude docházet k ovlivňování touto interakcí. Zároveň budou pro všechny respondentky zachovány stejné podmínky. Fotografie je neměnná, zatímco podmínky osobní interakce se mohou proměňovat každým dnem. Další výhodou naší metody je menší náročnost - bude jistě jednodušší získat 8 fotografií mužů, než přimět stejné muže, aby se přímo zúčastnili experimentu. Důležité proto bude zpracování fotografií - snubní prsten musí být identifikovatelný, muž však nesmí působit nepřirozeně. Předkládané fotografie jsou součástí přílohy A.

## 7 Výsledky a diskuse

### 7.1 Otázka návratnosti dotazníků

Ze zaslanych 300 dotazníků studentkám MU se nám vrátilo v požadovaném termínu 42, tj. naše response rate je 14%, co značně silně naznačuje, že náš výzkum není reprezentativní. Tato velice nízká návratnost mohla být ovlivněna celkem krátkou dobou na odeslání vyplněného dotazníku zpět (1 týden), a je tak možné, že některé z respondentek na e-mail nestačily reagovat. Vliv mohl mít i samotný předmět e-mailu, který mohl na první pohled naznačovat, že se jedná spíše o spam než jako výzkum (jedna z respondentek toto sama uvedla v odpovědním e-mailu). Do budoucna bychom mohli uvažovat o distribuci formou e-mailu, avšak samotný e-mail by obsahoval pouze průvodní dopis a odkazoval by na webový dotazník, jehož vyplňování by bylo pro respondentky časově přijatelnější.

Dalším problémem s návratností dotazníku je skutečnost, že na dotazník odpovídali i ženy, které nesplňují námi stanovené kritéria, tj. byli starší než 30 let a nebyli nezadané. Respondentky s věkem nad 30 let byly 3, co by nám tak snížilo počet použitelných odpovědí na 39. Avšak respondentek, které byly zadané, byla většina (34 žen z 42, tj. 81%), tj. kdyby sme je vyloučili ako data, které neodpovídají našim kritériám, mohly by sme použít jenom 8 odpovědí. Poměr nezadaných žen vůči zadaným v našich odpovědích je tak 19% nezadané versus 81% zadané, což není až tak vzdálené našim předpokladům při výběru vzorky (kde sme předpokládali poměr 30% nezadané versus 70% zadané). Tato skutečnost má samozřejmě zásadní dopad na náš výzkum vzhledem k tomu, že byl primárně zamýšlen pouze na nezadané ženy. Z těchto důvodů přicházíme na to, že volba distribuce dotazníků formou e-mailu nebyla tou nejvhodnější metodou, a kdybychom měli náš výzkum opakovat, zvolili bychom jiný způsob, kterým bychom dosáhli více použitelných dat, např. osobní dotazování.

Vzhledem ke zmiňované skutečnosti sme stáli před rozhodnutím, zda vůbec takto sesbírané data vyhodnocovat nebo ne. Na základe diskusii v týmu jsme se rozhodli, že předhodnotíme zamerění našeho výzkumu a nebudeme ho zužovat na nezadané ženy. Následne sme tak přeformulovali první hypotézu takto:

H1(R): Muži se snubním prstenem jsou pro ženy atraktivnější než titíž muži bez snubního prstenu.

### 7.2 Výsledky výzkumu

#### 7.2.1 Charakteristiky výzkumného souboru

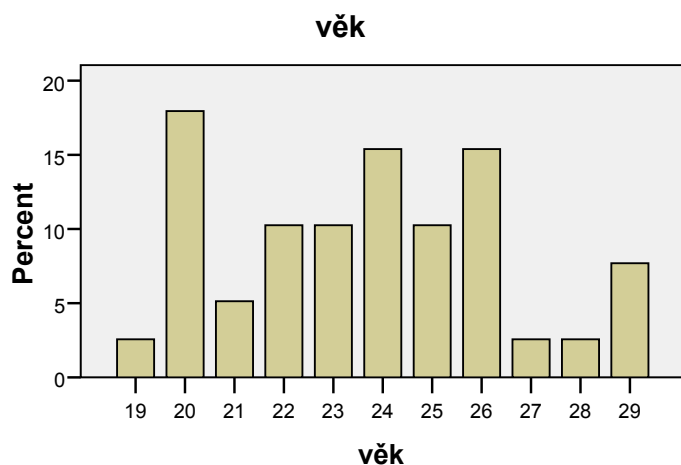
Jako centrální charakteristiky našeho výzkumného souboru jsme vybrali věk a partnerský stav ženy. Věková struktura našeho souboru tvořila výsek od 19 do 29 let, přičemž průměrný věk byl necelých 24 let (23,7) a věkové rozložení vystihuje následující graf. Z pohledu partnerského stavu ženy se nám nepodařilo soustředit příliš relevantní vzorek (viz dále). Blíže ukazuje uvedená tabulky a graf.



Tabulka č. 1. Základní charakteristiky výzkumného souboru – proměnná věk.

		věk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	1	2,6	2,6	2,6
	20	7	17,9	17,9	20,5
	21	2	5,1	5,1	25,6
	22	4	10,3	10,3	35,9
	23	4	10,3	10,3	46,2
	24	6	15,4	15,4	61,5
	25	4	10,3	10,3	71,8
	26	6	15,4	15,4	87,2
	27	1	2,6	2,6	89,7
	28	1	2,6	2,6	92,3
	29	3	7,7	7,7	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Graf č. 1. Základní charakteristiky výzkumného souboru – proměnná věk.



Tabulka č. 2. Základní charakteristiky výzkumného souboru – proměnná partnerský stav.

		partnerský vztah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	v daná	2	5,1	5,1	5,1
	rozvedená s partnerem	1	2,6	2,6	7,7
	svobodná bez partnera	8	20,5	20,5	28,2
	svobodná s partnerem	28	71,8	71,8	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

### 7.2.2 Výsledky předvýzkumu a dotazníků

Předvýzkum, kde jsme se ptali 20 příležitostně vybraných respondentek na atraktivnost mužů na fotografiích, přinesl výsledky uvedené v tabulce č. 3.

Tabulka č. 3. Výsledky předvýzkumu.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
atraktivita_muž 2	20	2	5	2,90	,912	,832
atraktivita_muž 8	20	2	4	2,95	,759	,576
atraktivita_muž 7	20	2	5	3,90	1,071	1,147
atraktivita_muž 5	20	2	6	4,05	1,050	1,103
atraktivita_muž 1	20	3	7	4,85	1,089	1,187
atraktivita_muž 6	20	3	9	5,60	1,536	2,358
atraktivita_muž 4	20	5	8	6,45	,945	,892
atraktivita_muž 3	20	5	9	6,85	1,137	1,292
Valid N (listwise)	20					

Základní deskripce výsledků z dotazníků A a B je prezentováno v následujících tabulkách:

Tabulka č. 4. Výsledky dotazníku A.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
atraktivita_muž 2	20	1	5	2,00	1,124	1,263
atraktivita_muž 7	20	1	8	4,25	2,124	4,513
atraktivita_muž 5	20	1	9	4,25	2,074	4,303
atraktivita_muž 8	20	1	9	4,40	2,113	4,463
atraktivita_muž 1	20	2	9	5,35	1,872	3,503
atraktivita_muž 4	20	2	9	5,75	1,970	3,882
atraktivita_muž 6	20	2	10	6,55	2,012	4,050
atraktivita_muž 3	20	3	10	7,45	1,932	3,734
Valid N (listwise)	20					

Tabulka č. 5. Výsledky dotazníku A.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
atraktivita_muž 2	22	1	5	2,00	1,113	1,238
atraktivita_muž 8	22	1	7	3,55	1,683	2,831
atraktivita_muž 7	22	1	9	4,05	2,058	4,236
atraktivita_muž 5	22	1	10	4,32	2,662	7,084
atraktivita_muž 6	22	1	9	5,05	2,236	4,998
atraktivita_muž 4	22	1	10	5,18	2,594	6,727
atraktivita_muž 1	22	1	10	5,68	2,784	7,751
atraktivita_muž 3	22	1	10	6,68	2,767	7,656
Valid N (listwise)	22					

Z výsledků vyplývá, že jako nejpřitažlivější se respondentkám v obou případech jeví muž č. 3 a jako nejméně přitažlivý opět v obou dotaznících muž č. 2.

### 7.2.3 Testování hypotéz

**Testování hypotézy H1: Muži se snubním prstenem jsou pro ženy atraktivnější než titož muži bez snubního prstenu.**

Při testování jsme použili porovnání středních hodnot a párovou korelaci s výsledky uvedenými v tabulce č. 6 a 7. Můžeme teda potvrdit nulovou hypotézu o tom, že muži se snubním prstenem nejsou pro ženy atraktivnější než bez snubního prstene. WRE se tak nepotvrdil.

Tabulka č. 6. Porovnání středních hodnot.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	atraktivita_muž 2 bez WR	2,00	20	1,124	,251
	atraktivita_muž 2 s WR	2,00	20	1,124	,251
Pair 2	atraktivita_muž 3 bez WR	6,40	20	2,741	,613
	atraktivita_muž 3 s WR	7,45	20	1,932	,432
Pair 3	atraktivita_muž 4 bez WR	5,00	20	2,656	,594
	atraktivita_muž 4 s WR	5,75	20	1,970	,441
Pair 4	atraktivita_muž 8 bez WR	4,40	20	2,113	,472
	atraktivita_muž 8 s WR	3,55	20	1,761	,394

Tabulka č. 7. Párová korelace.

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	atraktivita_muž 2 bez WR & atraktivita_muž 2 s WR	20	-,208	,378
Pair 2	atraktivita_muž 3 bez WR & atraktivita_muž 3 s WR	20	-,354	,126
Pair 3	atraktivita_muž 4 bez WR & atraktivita_muž 4 s WR	20	,282	,229
Pair 4	atraktivita_muž 8 bez WR & atraktivita_muž 8 s WR	20	-,303	,195

**Testování hypotézy H2: Efekt snubního prstene bude větší u mužů obecně méně atraktivních než u mužů obecně atraktivnějších.**

Při testování této hypotézy posuzovali nejvíc (muž č. 3) a nejméně (muž č. 2) atraktivního muže pomocí neparametrického testu (tento test jsme zvolili, protože máme příliš málo dat). Z výsledků v tabulkách č. 8 a 9 můžeme usuzovat, že WRE nemá žádný vliv na nejméně atraktivního muže. Podobně můžeme na základě výsledků v tabulkách č. 8 a 9 říct, že WRE nemá vliv ani na nejatraktivnějšího muže. Nicméně můžeme konstatovat, že byt' nebyl rozdíl u nejatraktivnějšího muže nikterak statisticky významný, tak přece jen mírná pozitivní korelace mezi přítomností snubního prstene a atraktivitou existuje. Ze statistického pohledu se však naše hypotéza nepotvrdila.

Tabulka č. 8. Testování atraktivity muže č. 2.

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
atraktivita_muž 2 s WR -	Negative Ranks	7 <sup>a</sup>	7,86	55,00
atraktivita_muž 2 bez WR	Positive Ranks	7 <sup>b</sup>	7,14	50,00
	Ties	6 <sup>c</sup>		
	Total	20		

a. atraktivita\_muž 2 s WR < atraktivita\_muž 2 bez WR

b. atraktivita\_muž 2 s WR > atraktivita\_muž 2 bez WR

c. atraktivita\_muž 2 s WR = atraktivita\_muž 2 bez WR

Test Statistics <sup>b</sup>

	atraktivita_muž 2 s WR - atraktivita_muž 2 bez WR
Z	-,160 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	,873

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Tabulka č. 9. Testování atraktivity muže č. 3.

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
atraktivita_muž 3 s WR -	Negative Ranks	7 <sup>a</sup>	7,43	52,00
atraktivita_muž 3 bez WR	Positive Ranks	10 <sup>b</sup>	10,10	101,00
	Ties	3 <sup>c</sup>		
	Total	20		

a. atraktivita\_muž 3 s WR < atraktivita\_muž 3 bez WR

b. atraktivita\_muž 3 s WR > atraktivita\_muž 3 bez WR

c. atraktivita\_muž 3 s WR = atraktivita\_muž 3 bez WR

Test Statistics <sup>b</sup>

	atraktivita_muž 3 s WR - atraktivita_muž 3 bez WR
Z	-1,163 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	,245

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Vzhledem k problému s návratností dotazníků od nezadaných žen a v souvislosti s faktem, že víc než 80% našich respondentek je zadaných, doplnili jsme na testování ještě třetí hypotézu.

### Testování hypotézy H3: Muži se snubním prstenem jsou přitažlivější pro nezadané ženy než pro zadané ženy.

V tabulkách č. 10, 11 a 12 jsme neprve posuzovali korelace v rámci bivariační analýzy a následně pomocí analýzy rozptylu hledali vliv partnerského statusu na posouzení atraktivity mužů. Mezi partnerským statutem ženy a atraktivitou muže, či už se snubním prstenem nebo bez něho, neexistuje žádná souvislost (Sign. je větší než 0,05). Můžeme tedy přijmout nulovou hypotézu o tom, že muži se snubním prstenem nejsou přitažlivější pro nezadané ženy než pro zadané ženy. Naše hypotéza sa tak nepotvrdila.

Tabulka č. 10. Bivariační analýza atraktivity a partnerského stavu.

Correlations									
		atraktivita_ muž 2 bez WR	atraktivita_ muž 2 s WR	partnerský vztah	atraktivita_ muž 3 s WR	atraktivita_ muž 4 bez WR	atraktivita_ muž 4 s WR	atraktivita_ muž 8 bez WR	atraktivita_ muž 8 s WR
atraktivita_ muž 2 bez WR	Pears on Correlation	1	-.208	,240	,388	-.247	,380	,598**	,027
	Sig. (2-tailed)		,378	,308	,091	,294	,098	,005	,911
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
atraktivita_ muž 2 s WR	Pears on Correlation	-.208	1	,210	,000	,083	,000	-.332	,178
	Sig. (2-tailed)	,378		,374	1,000	,715	1,000	,152	,428
	N	20	22	20	20	22	20	20	22
partnerský vztah	Pears on Correlation	,240	,210	1	,110	-.102	,043	,058	,377
	Sig. (2-tailed)	,308	,374		,644	,670	,858	,810	,101
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
atraktivita_ muž 3 s WR	Pears on Correlation	,388	,000	,110	1	-.051	,045	,108	-.185
	Sig. (2-tailed)	,091	1,000	,644		,830	,851	,649	,435
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
atraktivita_ muž 4 bez WR	Pears on Correlation	-.247	,083	-.102	-.051	1	,282	-.094	,074
	Sig. (2-tailed)	,294	,715	,670	,830		,229	,694	,742
	N	20	22	20	20	22	20	20	22
atraktivita_ muž 4 s WR	Pears on Correlation	,380	,000	,043	,045	,282	1	,354	,284
	Sig. (2-tailed)	,098	1,000	,858	,851	,229		,126	,224
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
atraktivita_ muž 8 bez WR	Pears on Correlation	,598**	-.332	,058	,108	-.094	,354	1	-.303
	Sig. (2-tailed)	,005	,152	,810	,649	,694	,126		,195
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
atraktivita_ muž 8 s WR	Pears on Correlation	,027	,178	,377	-.185	,074	,284	-.303	1
	Sig. (2-tailed)	,911	,428	,101	,435	,742	,224	,195	
	N	20	22	20	20	22	20	20	22

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabulka č. 11. Analýza rozptylu – experimentální skupina.

#### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
atraktivita_ muž 2	Between Groups	2,813	2	1,406	1,152	,337
	Within Groups	23,188	19	1,220		
	Total	26,000	21			
atraktivita_ muž 3	Between Groups	59,273	2	29,636	5,548	,013
	Within Groups	101,500	19	5,342		
	Total	160,773	21			
atraktivita_ muž 4	Between Groups	,523	2	,261	,035	,965
	Within Groups	140,750	19	7,408		
	Total	141,273	21			
atraktivita_ muž 8	Between Groups	14,705	2	7,352	3,122	,067
	Within Groups	44,750	19	2,355		
	Total	59,455	21			

Tabulka č. 12. Analýza rozptylu – kontrolní skupina.

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
atraktivita_muž 1	Between Groups	35,335	2	17,668	2,634	,098
	Within Groups	127,437	19	6,707		
	Total	162,773	21			
atraktivita_muž 5	Between Groups	40,273	2	20,136	3,526	,050
	Within Groups	108,500	19	5,711		
	Total	148,773	21			
atraktivita_muž 6	Between Groups	5,455	2	2,727	,521	,602
	Within Groups	99,500	19	5,237		
	Total	104,955	21			
atraktivita_muž 7	Between Groups	9,017	2	4,509	1,072	,362
	Within Groups	79,938	19	4,207		
	Total	88,955	21			

### 7.3 Diskuse

WRE se v našem výzkumu nepotvrdil stejně jako ve výzkumu Ullera a Johanssona. Důvodů, proč nebyl vliv WRE na mužskou atraktivitu potvrzen, může být hned několik. Jednak je jím složení výzkumného souboru. Nakonec do něj byly zahrnuty jak zadané, tak nezadané ženy. Náš původní záměr výzkumu byl sice zaměřit se pouze na nezadané ženy a jejich vnímání mužské atraktivity na základě informace indikované přítomností/nepřítomností snubního prstene (tedy zda je muž zadaný/nezadaný). Takto jsme výzkumný soubor zúžili na základě výsledků zmínovaného výzkumu na mužskou atraktivitu Parker a Burkley (2009), podle nichž jsou zadanými muži přitahovány především právě nezadané ženy. U této skupiny žen se dá spíše předpokládat, že se bude projevovat i wedding ring effect.

Jak jsme již zmínili, zvolená metoda sběru dat se neprokázala v tomto případě jako nejtřastnější. Nízká návratnost a vysoký poměr zadaných respondentek byly podnětem pro změnu původního směřování výzkumu a rozšíření výzkumného souboru i na zadané ženy. Domníváme se však stále, že by se wedding ring effect mohl u nezadaných žen spíše projevit. Pro další výzkum v této oblasti doporučujeme držet se našeho původního výzkumného záměru a zahrnout do výzkumu pouze nezadané ženy.

Další z možných příčin je fakt, že WRE se neprojevuje na fotografiích. Snubní prsten je vnímán jako symbol zadanosti, resp. manželství, na fotografiích však nemusí být příliš nápadný, zrozeslané fotografie jsou poměrně malé (toto řešit nebylo v našich technických možnostech a dovednostech, větší fotografie by zabíraly mnohem více místa a rozeslané e-maily by tak dosáhly nežádáných velikostí).

Také v souvislosti s nepotvrzením hypotézy, že WRE bude větší u mužů obecně méně atraktivních než u mužů obecně atraktivnějších, vyvstává několik otevřených otázek. V první řadě je to právě atraktivita mužů na fotografiích. Když se podíváme na průměrné skóre mužů, jsou více hodnoceni podprůměrně až průměrně (přičemž jedinou světlou výjimkou je muž č. 3, který získal nadprůměrné hodnocení v předvýzkumu i obou dotaznicích - tu právě můžeme mírně uvažovat o existenci určitého vztahu mezi přítomností snubního prstene a atraktivity). Naše skupina mužů tak byla v podstatě poměrně homogenní a nevyskytovali se v ní žádné extrémní případy extrémní atraktivity nebo extrémní neatraktivity. Proto by bylo snad zajímavé

zkusit vybrat na posuzování muže, mezi kterými by rozdíly v atraktivitě byly nápadnější a podvědomé vnímání snubního prstene by bylo možná rozpoznatelnější.

Dalším faktorem, který mohl mít vliv na posuzování atraktivity mužů a o kterém se už delší dobu v odborných kruzích ví, je hladina hormonů estrogenu a progesteronu v krvi. Opět se tak dostáváme k tomu, co jsme probírali v úvodu, a to že na hodnocení přitažlivosti mužů má vliv fertilita žen, jejich plodné dny, menštruační cyklus. Např. studie od D. Beaulieu „*Avoiding Costly Mating Mistakes: Ovulatory Shifts in Personal Mate Value Assessment*“ zkoumala a (mimo jiné) potvrdila hypotézu, že v porovnání se ženami mimo plodné dny se ženy v období plodných dní budou považovat za více atraktivní a budou více přitahovány atraktivními muži. Toto souvisí s již potvrzenými studiemi (např. Kenrick, Groth, Trost, Sadalla, 1993) uvádějícími, že jedinci, kteří se považují za atraktivnější, si stanovují při hledání partnera vyšší standardy než jedinci, kteří se považují za méně atraktivní.

Proto by bylo v dalších výzkumech určitě přínosné zabývat se více pojmem a definicí atraktivity, faktory, které ji ovlivňují, jako i metodologickými možnostmi, které by ji pomohly více "objektivizovat".

Přestože dřívější výzkumy (Burkley a Parker, 2009) potvrdily, že zadaní muži jsou pro (nezadané) ženy přitažlivější než ti nezadaní, vliv WRE se také nepotvrdil. Pro praktický život to znamená tolik, že samotné nošení snubního prstenu zdá se nezvyšuje mužovy šance na "získání" partnerky, ať už krátkodobě či dlouhodobě. Opačné zjištění by jistě bylo zajímavé nejen pro pánské časopisy. Myslíme si proto, že další výzkumy v této oblasti (které by se vyvarovaly chyb našich i chyb našich předchůdců) neztrácejí na své atraktivitě.

V souvislosti s partnerským statutem respondentek by možná taky bylo zajímavé zkoumat spokojenost či nespokojenost žen s jejich současným vztahem. Keďže většina respondentek je zadaná, otázky týkající se jejich vztahu by mohli přinést zajímavé možnosti porovnávání s jejich hodnocením atraktivity.

Závěrem tak můžeme konstatovat, že i když se naše hypotézy nepotvrdily, neznamená to, že wedding ring effect neexistuje. Náš výzkum měl příliš mnoho omezení a problémů, které podstatným způsobem snižují jeho externí validitu.

## **8 Validita výsledků realizovaného projektu**

Výsledky našeho testování nejsme schopni generalizovat na celkovou populaci vzhledem k důvodům, které nás vedly k výběru vzorku z poměrně homogenní populace (viz kap. 4.2), nicméně lze předpokládat, že v jiné populaci budou individuální rozdíly mezi respondenty mít na dosažené výsledky ještě větší vliv, než u námi vybrané populace studentek FSS.

Dalším faktorem, který snižuje validitu našeho výzkumu, je poměrně nízká návratnost a s tím související malý počet respondentek. Oproti našemu původnímu záměru jsme do výzkumu zahrnuli navíc i zadané ženy, čímž požadovaná velikost výzkumného souboru vzrostla minimálně dvojnásobně.

Naopak použití fotografií zaručuje relativní vnitřní validitu výzkumu - jediná proměnná, se kterou jsme manipulovali, byl snubní prsten. Fotografie zůstávají v obou skupinách (A i B) stejné. Není proto příliš pravděpodobné, že by do hodnocení vstupovala jiná proměnná ze strany mužů. Problémem může být to, že nevíme nic o motivaci hodnotitelek. I v tomto světle se jeví jako vhodnější metoda sběru dat osobní dotazování, v ideálním případě experiment, kde můžeme

kontrolovat i ostatní vlivy a proměnné a být s respondentkami v osobním kontaktu.

## 9 Literatura

- Alfonzo, S.H. (2008). *Female mate choice copying affects sexual selection in wild populations of the ocellated wrasse*. *Animal Behaviour*, Volume 75, s. 1715-1723.
- Atkinson, R.L. (2003). *Psychologie*. Praha: Portál.
- Beaulieu, D. A. (2007). *Avoiding costly mating mistakes: Ovulatory shifts in personal mate value assessment*. *Journal of Social and Personal Relationships*, Volume 24, June.
- Bressan, P., Stranieri, D. (2008). *The best men are (not always) already taken*. *Psychological Science*, Volume 19, Issue 2 / February.
- Davies, A. P. C., Shackelford, T.K., Hass , G.R. (2007). *When a "Poach" Is Not a Poach: Re-Defining Human Mate Poaching and Re-Estimating Its Frequency*. *Archives of Sexual Behavior*, Volume 36, Issue 5, s. 702-716.
- Dugatkin, L. A. (1992). *Sexual selection & imitation: Females copy the mate choice of others*. *The American Naturalist*, Volume 139, s. 1384–1389.
- Galeg, B. G., White, D. J. (1998). *Mate-choice copying in Japanese quail*. *Animal Behavior*, Volume 55, s. 545–552.
- Geary, D. C., Vigil, J., Byrd-Craven, J.(2004) *Evolution of human mate choice*. *The Journal of Sex Research*, Volume 41.
- Irons, W. (1983). *Human female reproductive strategies. Social behavior of female vertebrates*. New York: Academic Press, s. 169-213.
- Parker, J., Burkley, M. (2009). *Who's chasing whom? The impact of gender and relationship status on mate poaching*. *Journal of Experimental Social Psychology*, Volume 45., s. 1016–1019.
- Schmitt, D. P. (2004). *Patterns and Universals of Mate Poaching Across 53 Nations: The Effects of Sex, Culture, and Personality on Romantically Attracting Another Person's Partner*. *Journal of Personality and Social Psychology*, Volume 86, No. 4, s. 560-584.
- Schmitt, D. P., Buss, D. M. (2001). *Human mate poaching: Tactics and temptations for infiltrating existing relationships*. *Journal of Personality and Social Psychology*, Volume 86, s. 560–584.
- Uller, T., Johansson, Ch. (2003). *Human mate choice and the wedding ring effect. Are married men more attractive?* *Human nature*, Volume 14, No. 3.
- Weiss, P. (2004). *Ženská a mužská sexuální atraktivita z pohledu sociobiologie*. *Postgraduální medicína* 6, č. 2, s. 156-159.



## Příloha A - Průvodní dopis a dotazníky předkládané respondentkám

### Průvodní dopis

V souvislosti se studentským projektem, na kterém v rámci svého studia psychologie na Masarykově univerzitě v Brně pracujeme, bychom Vás rádi požádali o spolupráci v našem výzkumu, jehož cílem je zjistit, jak ženy posuzují mužskou atraktivitu.

Tato spolupráce by spočívala v zodpovězení pár otázek a ve vyplnění doplňujícího dotazníku, do kterého bychom prostřednictvím pokládaných otázek zaznamenávali Vaše odpovědi týkající se zkoumané problematiky.

Nejdříve prosím ohodnoďte fotografie a doplňte Vaše hodnocení atraktivity mužů do I. části. Následně prosím zodpověďte otázky z dotazníku z II. části. K fotografiím se již nevracejte.

Dotazník je zcela anonymní. Vámi poskytnuté informace budou sloužit pouze pro účely našeho výzkumu.

Jménem výzkumného kolektivu studentů Masarykovy univerzity Brno Vám děkujeme za spolupráci a za Vaše odpovědi.

### Dotazník A

## DOTAZNÍK PRO PRŮZKUM MUŽSKÉ ATRAKTIVITY

Nejdříve, prosím, ohodnoďte fotografie a doplňte Vaše hodnocení atraktivity mužů do I. části dotazníku. Následně odpovězte na otázky v II. části dotazníku. Vzhledem k tomu, že se jedná o dotazník v elektronické podobě, prosíme o označení vybrané odpovědi podbarvením.

Např.

muž na fotografii č. 1                      nelíbí    1 2 3 4 **5** 6 7 8 9 10                      líbí

Dotazník je zcela anonymní. Vámi poskytnuté informace budou sloužit pouze pro účely našeho výzkumu.

**Děkujeme za jeho vyplnění!**

I. část

**1. Ohodnoťte, prosím, každou z osmi fotografií podle toho, jak Vám na ní zobrazený muž připadá atraktivní (1 – nelíbí, 10 – líbí).**

<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 1	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 2	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 3	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 4	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 5	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 6	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 7	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 8	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí

**Muž č. 1**



**Muž č. 2**



**Muž č. 3**



**Muž č. 4**



**Muž č. 5**



**Muž č. 6**



**Muž č. 7**



**Muž č. 8**



## II. část

### 1. Jaký je Váš současný partnerský stav?

- 1 vdaná
- 2 rozvedená bez partnera
- 3 rozvedená s partnerem
- 4 vdova bez partnera
- 5 vdova s partnerem
- 6 svobodná bez partnera
- 7 svobodná s partnerem
- 8 nepřeji si uvést

### 2. Váš věk? \_\_\_\_\_

## Dotazník B

# DOTAZNÍK PRO PRŮZKUM MUŽSKÉ ATRAKTIVITY

Nejdřív, prosím, ohodnoťte fotografie a doplňte Vaše hodnocení atraktivity mužů do I. části dotazníku. Následně odpovězte na otázky v II. části dotazníku. Vzhledem k tomu, že se jedná o dotazník v elektronické podobě, prosíme o označení vybrané odpovědi podbarvením.

Např.

muž na fotografii č. 1                      nelíbí      1   2   3   4   **5**   6   7   8   9   10                      líbí

Dotazník je zcela anonymní. Vámi poskytnuté informace budou sloužit pouze pro účely našeho výzkumu.

**Děkujeme za jeho vyplnění!**

### I. část

**1. Ohodnoťte, prosím, každou z osmi fotografií podle toho, jak Vám na ní zobrazený muž připadá atraktivní (1 – nelíbí, 10 – líbí).**

<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 1	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 2	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 3	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 4	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 5	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 6	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 7	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí
<input type="checkbox"/> muž na fotografii č. 8	nelíbí	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	líbí

**Muž č. 1**



**Muž č. 2**



**Muž č. 3**



**Muž č. 4**



**Muž č. 5**



**Muž č. 6**



**Muž č. 7**



**Muž č. 8**



## II. část

### 2. Jaký je Váš současný partnerský stav?

- 1 vdaná
- 2 rozvedená bez partnera
- 3 rozvedená s partnerem
- 4 vdova bez partnera
- 5 vdova s partnerem
- 6 svobodná bez partnera
- 7 svobodná s partnerem
- 8 nepřeji si uvést

### 2. Váš věk? \_\_\_\_\_

*Prosím o přepracování této výzkumné zprávy. Myslím, že se vám výzkum celkem povedl a byla by škoda, kdyby neprošel. Průběžně zpracovávané materiály je třeba přepracovat do výzkumné zprávy ve struktuře časopiseckého empirického článku. Zároveň data znovu zanalyzujte – současná analýza je úplně mimo.*

*Standa Ježek*